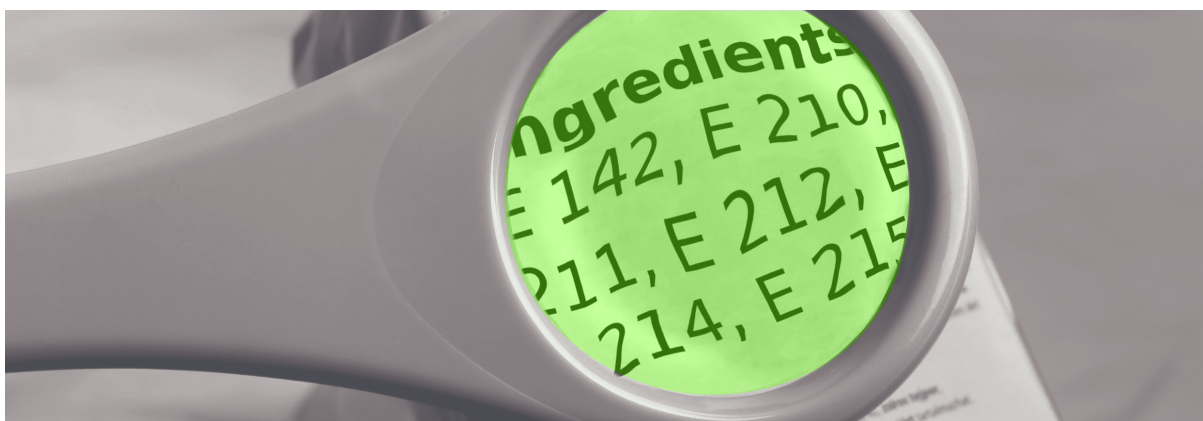




Nutri-Score: zou het helpen?

Hoe mooi zou het zijn als je op basis van een plaatje op een verpakking meteen ziet of je een gezonde keuze maakt? Dat je daarvoor geen ingrediëntenopsommingen en voedingswaardetabellen meer hoeft door te akkeren. Het lijkt me superhandig! Want de meeste producten in de supermarkt zijn minder gezond dan ze lijken. Nog niet eens een kwart van al het aanbod in de supermarkt staat in de Schijf van Vijf. Vaak bevatten ze te veel suiker, zout of verzadigd vet, zijn ultrabewerkt of missen juist de gezonde voedingsstoffen, zoals vezels.

MAAR ER IS goed nieuws: dat plaatje – het nieuwe voedselkeuzelogo – is in de maak! U heeft het vast al eens gezien: de Nutri-Score. Een makkelijk te interpreteren voedselkeuzelogo met vijf gekleurde vakjes op een rij. Elk vakje heeft een eigen stoplichtkleur en letter: van de donkergroene A (meest gezonde samenstelling) tot de donkerrode E (minst gezonde samenstelling). Doel van het logo is van vergelijkbare producten snel te zien welke de meest gezonde samenstelling heeft. Het minder goede nieuws is dat de huidige versie van de Nutri-Score vooralsnog vaak een verkeerde boodschap communiceert. Veel producten die wél in de Schijf staan, krijgen vaak een gele of oranje kleur, zoals 30+ kaz en olijven en zonnebloemolie. En producten die niet in de Schijf staan, krijgen dan weer regelmatig een groene score. Denk aan vegan roomijs, diepvriespizza en chips. Zo communiceert het logo onbedoeld dat veel ultrabewerkte producten gezond zijn. In mijn ogen contraproductief, want verwarrend als je mensen gezonder wil laten eten. En wat doet zo'n rare boodschap met het vertrouwen in de voedingswetenschap? Waarom zelf nog

zwoegen op die gezonde maaltijd als die kant-en-klare diepvriespizza met dat groene logo net zo gezond oogt? Waar gaat het dan mis? De Nutri-Score wordt berekend op basis van hoeveel 'positieve' nutriënten een product bevat en hoeveel 'negatieve'. Aan die hoeveelheden worden plus- of minpunten toegekend en die som bepaalt de score. Maar omdat je geen appels met peren mag vergelijken, zijn er vier verschillende categorieën gedefinieerd. Het verschil zit in de puntenverdeling of een aanvullende rekenregel. De categorieën zijn oliën en vetten, zuivel, dranken en overig. In de categorie 'overig' valt dus bijna alles. Brood, chips en vis worden daardoor op precies hetzelfde setje nutriënten beoordeeld. Onlogisch, want brood, chips en vis hebben toch echt een heel andere rol binnen ons voedingspatroon.

Daarnaast maakt het rekensysteem het voor producenten aantrekkelijk om de score aan te passen. Vervang je de suiker in een lolly met D-score door inuline, zoetstoffen en één procent vruchtenconcentraat, dan krijg je een A-score. En witbrood maak je ogenscheinlijk gezonder door bijvoorbeeld erwtenmeel toe te voegen. Met kant-

en-klare maaltijden heb je helemaal veel speelruimte omdat er nog best wat te compenseren valt met eiwit, vezels of wat groente. Maar of dat tot echt gezondere keuzes leidt, dat laat zich raden. Het lijkt in ieder geval lekker omzetverhogend voor producenten en retailers. Waarom zouden ze anders een logo al zo groots implementeren, terwijl het nog steeds niet officieel door de overheid geïntroduceerd is? Maar juist van hen – die producenten en retailers – had ik meer verwacht. Ook zij ondertekenden het Nationaal Preventieakkoord in 2018 en verbonden zich dus ook aan de afspraak om consumenten te verleiden vaker Schijf van Vijf producten te kopen. Dat dat niet lukt met de huidige Nutri-Score mag helder zijn. Gelukkig is er nog geen man over boord; de Nutri-Score wordt namelijk op dit moment herzien door een groep internationale wetenschappers. Als het hen lukt het logo dusdanig aan te passen dat het aanzet tot écht gezondere keuzes, dan is die aangepaste Nutri-Score meer dan welkom. Want hoe mooi zou het zijn als het logo consumenten verleidt om vaker basisvoedingsmiddelen uit de Schijf te kiezen? Dat de groene A's en B's vooral gereserveerd zijn voor producten waarvan we weten dat ze gezondheidswinst brengen? Dat zou toch fantastisch zijn!

Michelle van Roost is oprichter van Voedingsjungle. Een kennis- en communicatiebureau dat helderheid wil bieden in de wirwar aan voedingsadviezen: www.voedingsjungle.nl.